

# Inhaltsverzeichnis

## Handlungsfeld 1 Unternehmensstrategien und Management

### HF 1 ANFORDERUNGSSITUATION 1.1

<b>1</b>	<b>Grundlegende Funktionsweisen von Unternehmen</b> . . . . .	14
<b>1.1</b>	Unternehmen, Betrieb, Firma . . . . .	14
<b>1.2</b>	Kriterien für Unternehmensvergleiche . . . . .	15
<b>1.3</b>	Das Unternehmen im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang . . . . .	19
<b>1.4</b>	Unternehmenstypen am Beispiel von Industrieunternehmen . . . . .	24
<b>2</b>	<b>Von der Geschäftsidee zur Unternehmensgründung</b> . . . . .	27
<b>2.1</b>	Persönliche Voraussetzungen . . . . .	29
<b>2.2</b>	Wirtschaftliche Voraussetzungen . . . . .	30
<b>2.3</b>	Rechtliche Voraussetzungen . . . . .	33
<b>2.3.1</b>	Anmeldepflichten . . . . .	33
<b>2.3.2</b>	Kaufmannsstatus und Kaufmannseigenschaften . . . . .	33
<b>2.3.3</b>	Firma . . . . .	35
<b>2.3.4</b>	Handelsregister . . . . .	36
<b>2.4</b>	Franchising . . . . .	37
<b>3</b>	<b>Rechtsformen des Unternehmens</b> . . . . .	39
<b>3.1</b>	Einzelunternehmen . . . . .	40
<b>3.2</b>	Personengesellschaften . . . . .	41
<b>3.2.1</b>	Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) . . . . .	41
<b>3.2.2</b>	Offene Handelsgesellschaft (OHG) . . . . .	42
<b>3.2.3</b>	Kommanditgesellschaft (KG) . . . . .	43
<b>3.3</b>	Kapitalgesellschaften . . . . .	44
<b>3.3.1</b>	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) . . . . .	45
<b>3.3.2</b>	Aktiengesellschaft (AG) . . . . .	46
<b>4</b>	<b>Strukturen im Unternehmen</b> . . . . .	47
<b>4.1</b>	Aufbauorganisation . . . . .	47
<b>4.1.1</b>	Stellen- und Abteilungsbildung . . . . .	47
<b>4.1.2</b>	Organisationsmodelle . . . . .	50
<b>4.2</b>	Ablauforganisation . . . . .	53
<b>5</b>	<b>Prozesse im Unternehmen</b> . . . . .	55
<b>5.1</b>	Der Kundenauftrag als Geschäftsprozess . . . . .	55
<b>5.1.1</b>	Informationsfluss . . . . .	55
<b>5.1.2</b>	Materialfluss . . . . .	56
<b>5.1.3</b>	Geldfluss . . . . .	57
<b>5.1.4</b>	Wertschöpfung . . . . .	57
<b>5.2</b>	Konzept der Geschäftsprozesse . . . . .	59

LS

Ein Unternehmen untersuchen **LS 1**

ZF 1, 2, 3

Geschäftsideen nachvollziehen und beurteilen **LS 2**

ZF 4, 5, 6

Die Wahl der Rechtsform **LS 3**

ZF 7

Unternehmensorganisationen vergleichen **LS 4**

ZF 8

Geschäftsprozesse untersuchen **LS 5**

ZF 9, 10

<b>6</b>	<b>Aufgaben und Bereiche des Rechnungswesens</b> . . . . .	61
6.1	Buchführung als Basis des Rechnungswesens . . . . .	64
6.2	Rechtliche Grundlagen der Finanzbuchhaltung . . . . .	65
<b>7</b>	<b>Inventur, Inventar und Bilanz</b> . . . . .	68
7.1	Inventur . . . . .	68
7.1.1	Planung der Inventur . . . . .	69
7.1.2	Durchführung der Inventur . . . . .	69
7.1.3	Kontrolle der Inventur . . . . .	70
7.1.4	Arten der Inventur . . . . .	70
7.1.5	Bewertung von Inventurmengen . . . . .	72
7.2	Inventar . . . . .	73
7.3	Bilanz . . . . .	76
<b>8</b>	<b>Grundlegende Buchungen auf Bestands- und Erfolgskonten</b> . . . . .	78
8.1	Werteveränderungen durch Geschäftsprozesse . . . . .	79
8.2	Bilanz als Wertebasis für Bestandskonten . . . . .	81
8.2.1	Buchung auf Bestandskonten . . . . .	82
8.2.2	Abschluss von Bestandskonten . . . . .	83
8.2.3	Erstellen von Buchungssätzen . . . . .	85
8.3	Belege, Grund- und Hauptbuch . . . . .	87
8.3.1	Belege und Belegkontierung . . . . .	87
8.3.2	Buchungen im Grund- und Hauptbuch . . . . .	89
8.4	Vom Eröffnungsbilanzkonto zum Schlussbilanzkonto . . . . .	90
8.5	Erfolgsvorgänge buchen . . . . .	93
8.5.1	Auswirkung von Erfolgsvorgängen auf das Eigenkapital . . . . .	93
8.5.2	Buchen auf Erfolgskonten . . . . .	94
8.5.3	Abschluss von Erfolgskonten . . . . .	96
8.6	Erfassen des Materialverbrauchs . . . . .	98
8.6.1	Bestandsorientierte Verbrauchsermittlung . . . . .	99
8.6.2	Aufwandsorientierte Verbrauchsermittlung . . . . .	102
8.7	Erfolgsbuchungen mit Handelswaren . . . . .	104
8.8	Bestandsveränderungen bei fertigen und unfertigen Erzeugnissen . . . . .	106
<b>9</b>	<b>Organisation der Buchführung</b> . . . . .	109
9.1	Der Industriekontenrahmen (IKR) . . . . .	109
9.2	Der Kontenplan eines Unternehmens . . . . .	112
9.3	Nebenbücher (Kreditoren- und Debitorenkonten) . . . . .	115
<b>10</b>	<b>Umsatzsteuer</b> . . . . .	118
10.1	Berechnung der Umsatzsteuer . . . . .	119
10.2	Ermittlung der Umsatzsteuerschuld . . . . .	120
	<b>Exkurs: Warenverkehr innerhalb der EU</b> . . . . .	122

LS

**LS 6** Bereiche des Rechnungswesens und rechtliche Grundlagen  
ZF 11, 12

**LS 7** Wertermittlung bei der Inventur

**LS 8** Inventar und Bilanz erstellen und vergleichen  
ZF 13, 14

**LS 9** Die ersten Geschäftsvorfälle der Fly Bike Werke GmbH

**LS 10** Buchen nach Belegen

**LS 11** Bilanzen und Bilanzkonten

**LS 12** Erfolge ermitteln

**LS 13** Kontenplan

**LS 14** Nebenbücher

**LS 15** Das System der Umsatzsteuer  
ZF 15

LS

Beleggeschäftsgang **LS 16**

ZF 15

Unternehmensleitbild **LS 17**

ZF 1, 2

Unternehmensziele analysieren **LS 18**

ZF 3, 4, 5

Führungsstile **LS 19**

ZF 6, 7

Konfliktmanagement **LS 20**

ZF 8, 9

Aufgaben des Controllings **LS 21**

ZF 10, 11

Bezugsquellen-  
ermittlung und  
Angebotsvergleich **LS 22**

ZF 1, 2

10.3	Buchung der Umsatzsteuer beim Ein- und Verkauf von Waren .	123
10.4	Umsatzsteuer bei Anlagen, weiteren Aufwendungen und Erträgen . . . . .	125

**HF 1 ANFORDERUNGSSITUATION 1.2**

11	<b>Unternehmensleitbild und Unternehmensphilosophie . . . .</b>	126
12	<b>Unternehmensziele . . . . .</b>	129
12.1	Zieldimensionen . . . . .	129
12.2	Zielbeziehungen . . . . .	130
12.3	Interessengruppen und ihre Ziele . . . . .	131
13	<b>Unternehmensführung . . . . .</b>	133
13.1	Führungsstile . . . . .	133
13.2	Führungstechniken (Managementtechniken) . . . . .	135
14	<b>Konfliktmanagement . . . . .</b>	136
14.1	Konflikte erkennen . . . . .	136
14.2	Konflikte untersuchen . . . . .	137
14.3	Konflikte bewältigen . . . . .	138
15	<b>Controlling . . . . .</b>	139
15.1	Begriff des Controllings . . . . .	140
15.2	Aufgaben des Controllings . . . . .	140

**Handlungsfeld 2  
Beschaffung**

**HF 2 ANFORDERUNGSSITUATION 2.1**

1	<b>Beschaffungsprozesse organisieren . . . . .</b>	146
2	<b>Bezugsquellen ermitteln und Angebote vergleichen . . . . .</b>	147
2.1	Bezugsquellenermittlung . . . . .	147
2.1.1	Interne Informationsquellen . . . . .	147
2.1.2	Externe Informationsquellen . . . . .	148
2.2	Angebotsvergleich . . . . .	150
2.2.1	Quantitativer Angebotsvergleich . . . . .	150
2.2.2	Qualitativer Angebotsvergleich . . . . .	152

3	<b>Ziele der Beschaffung</b> . . . . .	154
3.1	Zielkategorien und Zielkonflikte . . . . .	154
3.2	Preisplanung . . . . .	155
3.3	Nachhaltigkeit und fairer Handel . . . . .	156
4	<b>Beschaffungsverfahren</b> . . . . .	157
4.1	Bestellpunktverfahren . . . . .	157
4.2	Bestellrhythmusverfahren . . . . .	159
4.3	Just-in-Time-Lieferung . . . . .	161
5	<b>Eigenfertigung oder Fremdbezug (Make or Buy)</b> . . . . .	163
<b>HF 2 ANFORDERUNGSSITUATION 2.2</b>		
6	<b>Beschaffungen durchführen</b> . . . . .	165
6.1	Optimale Bestellmenge . . . . .	165
6.2	Beschaffungsvorgang . . . . .	167
6.2.1	Erstellen und Auslösen der Bestellung . . . . .	167
6.2.2	Bestellvorschlagssystem und automatisches Bestellsystem . . . . .	168
6.2.3	Terminüberwachung und Ermittlung von Bestellerückgängen . . . . .	169
6.2.4	Kontrolle und Erfassung des Wareneingangs . . . . .	169
6.2.5	Kontrolle und Erfassung der Eingangsrechnung . . . . .	171
7	<b>Lagerhaltung und Bereitstellungsfähigkeit</b> . . . . .	173
7.1	Arbeiten im Lager . . . . .	173
7.2	Sicherheit und Umweltschutz im Lager . . . . .	175
7.3	ABC-Analyse . . . . .	178
7.4	Bestandsarten im Lager . . . . .	180
7.5	Alternative Beschaffungswege . . . . .	181
8	<b>Buchungen bei Beschaffungsprozessen</b> . . . . .	182
8.1	Sofortrabatte bei Eingangsrechnungen . . . . .	183
8.2	Rücksendungen an Lieferanten . . . . .	183
8.3	Bezugskosten (Anschaffungsnebenkosten) . . . . .	184
8.4	Nachträgliche Anschaffungspreisminderungen . . . . .	185
8.4.1	Preisnachlässe nach Mängelrügen . . . . .	186
8.4.2	Lieferantenboni . . . . .	187
8.4.3	Lieferantenskonti . . . . .	188
9	<b>Wirtschaftlichkeit in der Beschaffung</b> . . . . .	189
9.1	Lagerkosten . . . . .	189
9.2	Lagerkennzahlen . . . . .	190

LS

**LS 23** Ziele der Beschaffung  
ZF 3, 4

**LS 24** Beschaffungsverfahren und Just in Time  
ZF 5

**LS 25** Eigenfertigung oder Fremdbezug (Make or Buy)  
ZF 6

**LS 26** Optimale Bestellmenge und Beschaffungsvorgang  
ZF 1, 2

**LS 27** ABC-Analyse und Lagerhaltung  
ZF 3, 5

**LS 28** Alternative Beschaffungswege  
ZF 4

**LS 29** Materialeinkauf mit Bezugskosten und Nachlässen  
ZF 6, 7

**LS 30** Kosten der Lagerhaltung

**LS 31** Lagerkennzahlen  
ZF 8

## Handlungsfeld 3 Leistungserstellung

### HF 3 ANFORDERUNGSSITUATION 3.1

1	<b>Aufgaben und Ziele der betrieblichen Leistungserstellung</b> . . .	194
2	<b>Leistungsentwicklung</b> . . . . .	196
2.1	Produktentstehungs- und -entwicklungsprozess . . . . .	196
2.2	Produktlebenszyklus . . . . .	201
2.3	Rechtsschutz von Erzeugnissen und Fertigungsverfahren . . . . .	202
3	<b>Produktionsprogramm- und Bedarfsplanung</b> . . . . .	204
3.1	Absatz- und Produktionsprogramm . . . . .	204
3.2	Bedarfs- und Mengenplanung . . . . .	208
3.2.1	Primärbedarfsplanung . . . . .	208
3.2.2	Sekundärbedarfsplanung . . . . .	209
3.3	Erstellung von Dienstleistungen . . . . .	213

### HF 3 ANFORDERUNGSSITUATION 3.2

4	<b>Fertigungstechnische Rahmenbedingungen</b> . . . . .	215
4.1	Kapazitäten planen . . . . .	215
4.2	Aufträge freigeben . . . . .	217
4.3	Maschinen belegen . . . . .	219
4.4	Betriebsdaten erfassen . . . . .	220
5	<b>Fertigungsverfahren</b> . . . . .	222
5.1	Organisationstypen der Fertigung . . . . .	223
5.1.1	Werkstattfertigung . . . . .	223
5.1.2	Fließfertigung . . . . .	226
5.1.3	Gruppenfertigung . . . . .	227
5.2	Produktionstypen der Fertigung . . . . .	227
5.3	Umweltmanagement und Fertigungswirtschaft . . . . .	229
5.4	Flexibilisierung von Fertigungsstrukturen . . . . .	230
5.5	Optimale Losgröße . . . . .	232

### HF 3 ANFORDERUNGSSITUATION 3.3

6	<b>Qualitätssicherung und Wirtschaftlichkeit</b> . . . . .	236
6.1	Total Quality Management . . . . .	236
6.2	Wirtschaftlichkeit der Leistungserstellung . . . . .	238
6.2.1	Rationalisierung . . . . .	239
6.2.2	Kosten und Kennzahlen . . . . .	240

Produktentstehungs- und -entwicklungsprozess  
ZF 1

LS 32

Ideen generieren und Leistungskonzepte entwerfen  
ZF 2, 3

LS 33

Produktionsprogrammplanung

LS 34

Erzeugnis- und Bedarfsplanung  
ZF 4

LS 35

Kapazitätsplanung  
ZF 1

LS 36

Industrielle Fertigungsverfahren  
ZF 2, 3

LS 37

Qualitätsmanagement  
ZF 1, 2

LS 38

Wirtschaftlichkeit der Leistungserstellung  
ZF 3

LS 39

## Handlungsfeld 4 Absatz

HF 4		ANFORDERUNGSSITUATION 4.1	
1	<b>Bedeutung von Absatzprozessen für das Unternehmen</b>	246	
1.1	Absatzprozesse und Marketing	246	
1.2	Marketing-Ziele	247	
1.2.1	Strategische Marketing-Ziele (qualitative Ziele)	247	
1.2.2	Operative Marketing-Ziele (quantitative Ziele)	248	
2	<b>Marktforschung</b>	249	
2.1	Bereiche der Marktforschung	250	
2.1.1	Bedarfs-, Konkurrenz- und Absatzforschung	250	
2.1.2	Marktbeobachtung und Marktanalyse	251	
2.1.3	Marktsegmentierung und Zielgruppe	251	
2.2	Methoden und Träger der Marktforschung	252	
2.3	Grundzüge einer Befragung mittels Fragebogen	253	
2.4	Durchführung und Auswertung von Befragungen	254	
3	<b>Produkt- und Sortimentspolitik</b>	255	
3.1	Produktpolitik	255	
3.1.1	Produktnutzen	255	
3.1.2	Produktpolitische Maßnahmen	256	
3.2	Sortimentspolitik	258	
3.2.1	Sortimentsbreite und Sortimentstiefe	258	
3.2.2	Sortimentspolitische Strategien	258	
4	<b>Kontrahierungspolitik</b>	260	
4.1	Preisgestaltung	260	
4.2	Preisdifferenzierung	261	
4.3	Preisstrategien	262	
4.4	Konditionenpolitik	262	
5	<b>Distributionspolitik</b>	264	
5.1	Absatzorganisation	265	
5.2	Absatzwege	265	
5.3	Absatzmittler	267	
5.4	Güterbeförderung	270	
5.5	E-Commerce	270	

LS 40 Marketing und Marktforschung

ZF 1, 2, 3

LS 41 Produkt- und Sortimentspolitik

LS 42 Preisstrategien

LS 43 Distributionspolitik

ZF 4, 5

Absatzwerbung **LS 44**

ZF 4, 5

Werbeerfolgskontrolle **LS 45**

ZF 6, 7

Erstellung einer Marketing-Konzeption **LS 46**

ZF 8, 9

Details eines Kaufvertrags beschreiben **LS 47**

Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften **LS 48**

<b>6</b>	<b>Kommunikationspolitik</b> . . . . .	271
<b>6.1</b>	Absatzwerbung . . . . .	271
<b>6.1.1</b>	Werbearten . . . . .	271
<b>6.1.2</b>	Werbebotschaft, Werbemittler, Werbeträger . . . . .	272
<b>6.1.3</b>	Das Wirkungsprinzip von Werbung . . . . .	273
<b>6.1.4</b>	Werbeplanung . . . . .	273
<b>6.1.5</b>	Grundsätze der Werbung . . . . .	275
<b>6.2</b>	Verkaufsförderung (Salespromotion) . . . . .	276
<b>6.3</b>	Sonderformen der Kommunikationspolitik . . . . .	277
<b>6.4</b>	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) . . . . .	278
<b>7</b>	<b>Absatzcontrolling</b> . . . . .	279
<b>7.1</b>	Portfolio-Analyse . . . . .	280
<b>7.2</b>	Preiselastizität der Nachfrage . . . . .	282
<b>7.3</b>	Kennzahlen der Kommunikationspolitik . . . . .	284
<b>7.3.1</b>	Werbeträger bestimmen . . . . .	284
<b>7.3.2</b>	Werbeerfolgskontrolle . . . . .	285
<b>8</b>	<b>Erstellung einer Marketing-Konzeption</b> . . . . .	286
<b>8.1</b>	Positionierung . . . . .	286
<b>8.2</b>	Copy-Strategie . . . . .	289
<b>8.3</b>	Copy-Analyse . . . . .	294
<b>9</b>	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen der Werbung</b> . . . . .	297
<b>9.1</b>	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) . . . . .	297
<b>9.2</b>	Markenschutz . . . . .	302
<b>9.3</b>	Datenschutz . . . . .	304
<b>9.4</b>	Urheberrechtsschutz . . . . .	306
<b>HF 4 ANFORDERUNGSSITUATION 4.2</b>		
<b>10</b>	<b>Von der Kundenanfrage bis zum Versand</b> . . . . .	309
<b>11</b>	<b>Grundlagen von Rechtsgeschäften</b> . . . . .	310
<b>11.1</b>	Rechtsfähigkeit . . . . .	310
<b>11.2</b>	Geschäftsfähigkeit . . . . .	311
<b>11.2.1</b>	Geschäftsunfähigkeit . . . . .	311
<b>11.2.2</b>	Beschränkte Geschäftsfähigkeit . . . . .	311
<b>11.2.3</b>	Volle Geschäftsfähigkeit . . . . .	313
<b>11.3</b>	Besitz und Eigentum . . . . .	313
<b>11.4</b>	Rechtsgeschäfte . . . . .	315
<b>11.4.1</b>	Nichtige Rechtsgeschäfte . . . . .	319
<b>11.4.2</b>	Anfechtbare Rechtsgeschäfte . . . . .	321

12	<b>Zustandekommen von Kaufverträgen</b> . . . . .	323
12.1	Anfrage . . . . .	323
12.2	Angebot . . . . .	326
12.3	Inhalte des Angebots . . . . .	328
12.4	Allgemeine Geschäftsbedingungen . . . . .	337
12.5	Bestellung und Bestellungsannahme . . . . .	338
12.6	Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft . . . . .	340
12.7	Lieferung der Ware . . . . .	340
12.8	Kaufvertragsarten . . . . .	341
13	<b>Zahlungsverkehr</b> . . . . .	343
13.1	Überblick über die verschiedenen Zahlungsarten . . . . .	343
13.2	Barzahlung . . . . .	344
13.3	Halbbare Zahlung . . . . .	344
13.4	Bargeldlose Zahlung . . . . .	346
13.4.1	Verrechnungsscheck . . . . .	346
13.4.2	Überweisung . . . . .	346
13.4.3	Sonderformen der Überweisung . . . . .	347
13.4.4	Elektronische Zahlungsverfahren . . . . .	347
13.4.5	Moderne Datenkommunikation im Zahlungsverkehr . . . . .	350
13.4.6	Zahlungsverkehr im Internet . . . . .	351
14	<b>Kaufvertragsstörungen</b> . . . . .	353
14.1	Reklamationen . . . . .	353
14.2	Mangelhafte Lieferung . . . . .	354
14.2.1	Gewährleistungspflicht des Verkäufers . . . . .	354
14.2.2	Gewährleistungsrechte des Käufers . . . . .	356
14.3	Lieferungsverzug . . . . .	358
14.3.1	Voraussetzungen des Lieferungsverzugs . . . . .	358
14.3.2	Rechte des Käufers bei Lieferungsverzug . . . . .	359
14.4	Zahlungsverzug . . . . .	359
14.5	Mahnverfahren . . . . .	360
14.5.1	Kaufmännisches (außergerichtliches) Mahnverfahren . . . . .	360
14.5.2	Gerichtliches Mahnverfahren . . . . .	361
14.6	Verjährung . . . . .	362
14.6.1	Verjährungsfristen . . . . .	362
14.6.2	Neubeginn der Verjährung . . . . .	363
14.6.3	Hemmung der Verjährung . . . . .	363
14.7	Annahmeverzug . . . . .	364

LS

**LS 49** Rechtsverbindliche Angebote verfassen und Aufträge bearbeiten

ZF 1, 2, 3

**LS 50** Zahlungssysteme vergleichen und beurteilen

ZF 4, 5, 6

**LS 51** Mangelhafte Lieferung

**LS 52** Lieferungsverzug

**LS 53** Zahlungsverzug

**LS 54** Annahmeverzug

ZF 7, 8, 9



Verbraucherschutz **LS 55**

15	<b>Exkurs: Verbraucherschutz</b> . . . . .	365
15.1	Verbraucherkreditverträge . . . . .	365
15.2	Fernabsatzgeschäfte (Internetgeschäfte) . . . . .	366
15.3	Haustürgeschäfte . . . . .	367
15.4	Preis- und Mengenauszeichnung . . . . .	367
15.5	Produkthaftung . . . . .	367

Lagerorganisation **LS 56**

ZF 10, 11, 12

16	<b>Lagerhaltung</b> . . . . .	368
16.1	Lagerfunktionen . . . . .	368
16.2	Lagergrundsätze und Lagerrisiken . . . . .	369
16.3	Lagerorganisation . . . . .	371
16.4	Eigen- oder Fremdlager . . . . .	373

Buchungen bei Absatzprozessen **LS 57**

ZF 13, 14

17	<b>Buchungen bei Absatzprozessen</b> . . . . .	375
17.1	Sofortrabatte bei Ausgangsrechnungen . . . . .	376
17.2	Weiterbelastungen von Aufwendungen an den Kunden . . . . .	377
	<b>Exkurs: Vertriebskosten</b> . . . . .	377
17.3	Rücksendungen durch Kunden . . . . .	378
17.4	Nachträgliche Preisnachlässe . . . . .	378
17.4.1	Preisnachlässe nach Mängelrügen von Kunden . . . . .	378
17.4.2	Preisnachlässe durch Kundenboni . . . . .	379
17.4.3	Preisnachlässe durch Kundenskonti . . . . .	380

	<b>Kaufmännisches Rechnen</b> . . . . .	381
1	Dreisatz (Schlussrechnung) . . . . .	382
2	Durchschnittsrechnen . . . . .	387
3	Prozentrechnung . . . . .	390
4	Verteilungsrechnen . . . . .	398
5	Währungsrechnen . . . . .	405
6	Zinsrechnen . . . . .	411

	<b>Sachwortverzeichnis</b> . . . . .	426
--	--------------------------------------	-----

	<b>Bildquellenverzeichnis</b> . . . . .	431
--	---	-----

	<b>Heimtrainer</b> . . . . .	432
--	------------------------------	-----